



Manager en réseau

CRÉER DU LIEN POUR MIEUX COMMUNIQUER



Châteauform'

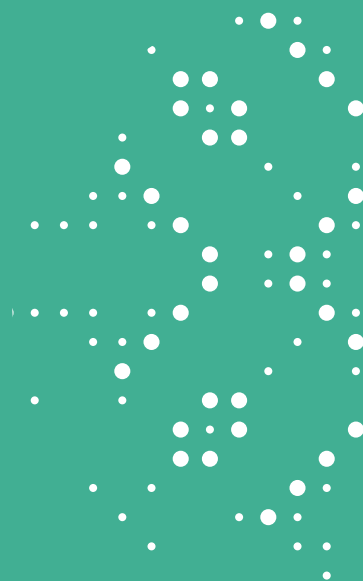
Alors que plus de 25 % des managers et des dirigeants d'entreprise sont concernés par la problématique de l'éloignement physique des équipes et que 34 % des entreprises s'attendent à ce que la moitié de leurs équipes travaillent à distance d'ici 2020*, réussir à créer du lien dans une logique de management en réseau est délicat mais pourtant totalement essentiel. Essentiel pour la performance de l'entreprise et essentiel également pour le bien-être des collaborateurs.

Grâce à ce livre blanc, vous pourrez identifier les grands enjeux du management en réseau ; des enjeux liés à la motivation et à la performance des équipes, à la mise en place d'une communication performante mais aussi des enjeux liés à la culture d'entreprise. Une problématique à part entière dont il est crucial de dessiner les contours afin d'apporter les réponses adéquates à travers l'instauration de bonnes pratiques, qui sont autant de clés de la réussite : tendre vers un management plus transversal et collaboratif, opter pour une relation davantage personnalisée et organiser des réunions et des événements d'entreprise notamment.

Afin de créer du lien pour mieux communiquer, les outils collaboratifs sont des appuis techniques précieux et indispensables. Les solutions à votre disposition sont nombreuses et multiples. Des outils conçus en mode SaaS qui offrent de la mobilité et de la praticité dans le quotidien du manager et de ses équipes. Pourtant, ces outils ne sauraient se suffire à eux seuls car rien de tel que des événements d'entreprise (séminaires, team buildings, incentives...) pour réunir les équipes et souder les personnes.

* selon une enquête menée lors du Global Leadership Summit, 2017

1



Les enjeux du management en réseau

L'éloignement physique, opérationnel, technologique et culturel inhérent à un fonctionnement d'entreprise en réseau soulève 4 enjeux majeurs.

ENJEU N°1

La motivation et la performance des équipes

— Réussir à conserver un niveau élevé de performance et de motivation des équipes est un enjeu de premier plan dans un contexte de management en réseau.

— Car selon le principe « loin des yeux, loin du cœur », l'éloignement physique des collaborateurs peut provoquer une forte diminution d'implication dans le projet de l'entreprise de même que dans l'atteinte de leurs objectifs personnels et dans la performance collective. Une situation qui peut s'avérer pénalisante aussi bien pour l'entreprise que pour le manager et le collaborateur.

ENJEU N° 2

La communication et le maintien du lien

— Un affaiblissement du lien et une dégradation de la qualité de communication entre les équipes et le manager est une vraie problématique. Le manque de relations interpersonnelles en est une des explications.

— Il s'agit d'un enjeu d'ordre relationnel qui implique de pouvoir relever le challenge de la création d'une bonne qualité de dialogue. Cela revient en somme à fluidifier la circulation et le partage d'informations tout en favorisant également la proximité malgré l'éloignement.



ENJEU N°3

La culture d'entreprise

— Le sentiment d'appartenance, la cohésion de groupe et la capacité à fédérer les équipes autour des valeurs et de la culture de l'entreprise sont des défis de haute importance dans une logique de réseau.

— Développer une culture d'entreprise profondément ancrée est loin d'être une chose facile dans une organisation traditionnelle dans laquelle tout le monde travaille dans un même lieu. Ce qui induit que dans une logique de management en réseau, la tâche est encore plus ardue. Pourtant, surmonter cette difficulté est un prérequis pour la santé de l'entreprise et le bien-être des collaborateurs.

ENJEU N° 4

Le reporting et le suivi des opérations

— Instaurer les bons outils, appliquer les bonnes méthodes afin de garder un niveau élevé de responsabilisation des collaborateurs est un autre défi de taille du management en réseau. L'objectif étant de trouver le juste équilibre entre vérifier et contrôler avec comme enjeu secondaire celui de faire confiance aux équipes.

La problématique étant de répondre aux questions :

Comment optimiser le suivi des projets ? Quels sont les process de planification et de reporting à instaurer dans le réseau ?

2

Les clés de la réussite

Afin de pallier à l'éloignement géographique des collaborateurs de l'entreprise, des bonnes pratiques sont à mettre en place. Elles sont les clés de la réussite d'un management de réseau performant et satisfaisant pour tous.



Un mode de management transversal & collaboratif

— Dans une logique d'entreprise organisée en réseau, revoir son mode de management est indispensable. Opter pour un management plus transversal et collaboratif est la première clé de la réussite. En somme, aplatir la pyramide et faire confiance.

— Comment concevoir un tel mode de management des équipes ?

- responsabiliser et donner davantage d'autonomie
- miser sur le leadership plutôt que sur l'autorité
- impliquer les collaborateurs plutôt que les contraindre
- accompagner au lieu de diriger

— Très ancré dans les cultures anglo-saxonnes et nordiques, ce mode de management peut être plus complexe à instaurer dans nos sociétés. Reste qu'il s'impose comme une nécessité pour maintenir de la proximité avec les équipes et développer l'implication de chacun tout en créant les conditions de la performance collective.

Une communication soignée

— Un effort en termes de communication doit être réalisé pour diriger et accompagner efficacement les équipes.

— Le manager et/ou le directeur commercial/régional doit favoriser une transmission d'information claire et explicite, formelle. Quelles sont les tâches à réaliser, les objectifs à court et moyen terme à atteindre, quelles sont les échéances. À savoir : qui fait quoi ? Quand ? Comment ?

— Des outils collaboratifs permettent d'organiser des réunions à distance, d'échanger rapidement et efficacement des informations, de partager des données. Téléphone, visioconférence, e-mail, SMS, messagerie web instantanée... le manager a tout à gagner à utiliser une variété de solutions et d'outils collaboratifs en fonction du contexte.

— Cet effort est nécessaire pour éviter toute confusion mais aussi pour que tous aillent dans la même direction. Comme il est également nécessaire pour conserver un lien fort.

— Insister sur les détails est d'autant plus important à distance car la qualité de l'information a la fâcheuse tendance à se déliter plus le fil se tend entre les personnes. Dans une situation de management en réseau, mieux vaut trop en dire que pas assez !

Une relation davantage personnalisée

— Une autre clé majeure de la réussite d'un management en réseau est la personnalisation de la relation. Opter pour une relation davantage personnalisée avec chacun présente comme avantages :

- de renforcer la relation
- de maintenir à un niveau élevé de confiance
- de conserver l'adhésion de chaque collaborateur dans le projet d'entreprise

— Cette approche permet de s'assurer d'une implication constante de chacun dans l'atteinte des objectifs pour le bon fonctionnement de l'entreprise.

— La bonne méthode consiste à alterner les temps forts et les temps faibles. Les temps forts s'orientent vers des réunions de travail, des points téléphoniques et des entretiens tandis que les temps faibles font la part belle aux échanges plus informels, des moments qui ne sont pas codifiés et qui peuvent avoir lieu autour d'un café, le temps de la pause déjeuner... comme dans une relation extra-professionnelle où la parole serait ainsi plus libérée, et les idées aussi.

— Cet équilibre entre le formel et l'informel tisse un lien solide et pérenne en donnant des signes réguliers d'attention et permet de détecter les éventuels problèmes avec plus de réactivité.



Des réunions et des événements d'entreprise

— À l'heure de tout digital, miser au contraire sur des réunions physiques est primordial pour tisser du lien entre les équipes. De courtes réunions en régions tout au long de l'année sont par exemple idéales.

— Aussi, rien de tel pour souder les équipes et développer la cohésion de groupe que d'organiser des événements d'entreprise. Les séminaires, sessions de team building, les formations mais aussi les incentives et les réunions de fin d'année sont de puissants vecteurs de création de moments de vie collective forts et mémorables.

— Réunir les collaborateurs d'une entreprise organisée en réseau dans un même lieu est parfait pour échanger, se rencontrer, nouer et conserver de bonnes relations. Cela participe grandement à développer le sentiment d'appartenance, la culture d'entreprise, l'esprit de corps.

— La forme d'un tel événement s'adapte aux envies en fonction des objectifs de management : former, motiver, challenger, co-construire une vision d'entreprise. Ce qui compte est de passer du temps ensemble, de réunir plusieurs fois par an idéalement les collaborateurs distants dans un lieu propice au travail, aux échanges et à la bonne



INTERVIEW

Christophe Assens est docteur en sciences de gestion. Il occupe les fonctions de directeur adjoint du LAREQUOI, laboratoire de recherche en management. Christophe Assens est lauréat du Prix Syntec - SFM, et du Prix Manpower- HEC, pour son livre « Le management des réseaux : tisser du lien social pour le bien-être économique » publié aux éditions de Boeck.
www.christophe-assens.fr

Les facteurs clés du succès du management en réseau

À quels défis majeurs les entreprises travaillant en réseau sont-elles confrontées ?

Christophe Assens : Les entreprises ont toujours fonctionné en réseau et le phénomène devrait s'accroître dans les années à venir. Les managers et les dirigeants devront faire face au fait que les nouvelles générations sont de plus en plus en attente d'horizontalité dans leurs relations hiérarchiques. L'un des défis dans ce cadre est d'estomper autant que possible la verticalité du management.

Aussi, dans beaucoup d'entreprises les leviers de productivité individuels sont épuisés, il faut donc s'atteler à trouver des leviers de productivité collectifs cette fois. Ce qui implique qu'il est plus que jamais nécessaire de travailler en collaboration avec les équipes, de les impliquer davantage dans le projet d'entreprise.

Dans les entreprises organisées en réseau, les gains de performance font partie des enjeux majeurs, peut-être même plus que dans des entreprises dans lesquelles tout le monde ou presque travaille sur le même lieu. L'un des grands enjeux est de parvenir à maintenir un niveau élevé de performance individuelle et collective. Un des challenges à relever est de créer et de conserver une logique d'esprit d'équipe et de travail collaboratif dans un contexte

d'éloignement physique des équipes. Les réseaux sociaux d'entreprise sont une réponse technique mais ils ne réussissent pas à tout résoudre, loin de là même. Leur principal écueil est qu'ils reflètent l'organisation hiérarchique et ne laissent pas assez de place au partage, à une collaboration plus horizontale.

Aussi, pour casser quelque peu cette spirale, il faut redonner du sens au contact humain et permettre aux acteurs éloignés de se retrouver régulièrement pour apprendre à se connaître, à se faire confiance.

En somme, rien ne remplace la relation de proximité en face-à-face. À mon sens, le grand défi est de parvenir à instaurer de la confiance dans le réseau. Plus il y a de la confiance, plus la performance est élevée.

Votre dernier livre s'intitule : « le management des réseaux : tisser du lien social pour le bien-être économique » ; pourquoi parvenir à tisser du lien social est-il un enjeu stratégique ? Quel est le lien de cause à effet avec la notion de bien-être économique ?

C. A. : On a trop souvent tendance à opposer la dimension sociale et la dimension économique, comme deux notions antinomiques, alors

qu'en réalité le lien social génère de la performance économique pour l'entreprise. C'est encore très présent dans la mentalité française dans laquelle il faudrait faire une sorte d'arbitrage entre le bien-être des salariés et la performance économique. Au contraire, mettre en place les instruments qui créent du lien, qui tissent du lien social entre les acteurs est nécessairement bénéfique pour l'entreprise.

Ce que je développe dans mon livre est le fait que les relations économiques ne sont pas uniquement constituées de compétences et de ressources mais le lien social, les relations sont primordiales. Développer du lien entre les personnes, en face-à-face ou en groupe est une condition majeure du bien-être économique, de la réussite collective de l'entreprise. La confiance doit l'emporter sur le contrôle.

L'exemple d'Airbus est significatif. Airbus est un consortium d'entreprises plus performant que son éternel rival Boeing car le groupe a été en capacité de créer un lien de confiance, les dirigeants et leurs équipes se connaissent et s'apprécient. La dimension humaine est fondamentale dans la création de richesse pour l'entreprise.

— « Dès lors que les collaborateurs disposent de plus de liberté et d'autonomie, l'entreprise obtient davantage de réussite et de performance d'ordre économique, sociale et managériale. »



Quels sont les leviers d'ordre technique et organisationnel à actionner pour impulser un management des réseaux efficace pour l'entreprise et épanouissant pour les collaborateurs ? Quels sont les facteurs clés de la réussite ?

C. A: Plus l'entreprise grossit, plus elle a tendance à être prise dans le respect des procédures, dans les process, les méthodes et dans la verticalisation et la centralisation du pouvoir. Un format d'entreprise finalement très institutionnalisée dans laquelle la France est un peu la championne en la matière. À l'inverse, il faut tenter de briser ce mode de fonctionnement strict et handicapant.

Car si on veut favoriser l'efficacité du travail en réseau, il faut favoriser l'autonomie et la liberté. Dès lors que les collaborateurs disposent de plus de liberté et d'autonomie, l'entreprise obtient davantage de réussite et de performance d'ordre économique, sociale et managériale. Il faut autant que possible alléger les process, les réglementations, les

procédures. Dans cette optique le manager doit changer de casquette et être celui qui inspire confiance à ses équipes, celui qui sert d'intermédiaire avec la direction pour aider, accompagner les équipes. Il faut donc certainement inverser la pyramide et partager le pouvoir de décision. Une approche bien plus efficace que de confier tout le pouvoir décisionnel à une personne éloignée des réalités du terrain.

Avez-vous à nous partager des exemples de belles réussites en la matière ? Des modèles inspirants ?

C. A: En Italie, un pays pourtant foncièrement latin dans lequel la verticalité devrait être de mise, toute l'économie est à l'inverse basée sur une logique de réseau. Les PME familiales italiennes ne font ni confiance au marché ni confiance en l'État, elles font uniquement confiance à la famille. L'Italie est la troisième économie européenne, et elle s'est structurée sur ce lien de confiance entre les acteurs d'un même réseau. Un exemple de réussite probant car l'industrie

italienne fonctionne selon ce schéma, et le secteur est le seul à résister encore à ce jour à la concurrence asiatique. La confiance est la clé de la réussite.

Le modèle allemand est un autre exemple inspirant car il doit sa réussite à sa capacité à décentraliser le pouvoir décisionnel.

En France, le groupe Hervé est une ETI industrielle qui est un très bel exemple de réussite de management en réseau. L'entreprise parvient à concilier résultats économiques de haut niveau et hiérarchie plate dans laquelle la confiance accordée aux collaborateurs est grande. Cette ETI emploie 2 500 personnes et réalise 450 millions d'euros de chiffre d'affaires et elle fonctionne selon cette approche depuis plus de 40 ans. Un modèle que j'ai étudié de près dans une étude de cas et que je trouve particulièrement inspirant.

3

Utiliser des outils ad hoc : les outils collaboratifs

Les outils collaboratifs s'imposent comme des solutions techniques incontournables pour travailler efficacement à distance, rassembler les collaborateurs, gérer les projets à plusieurs et suivre leur avancement. Revue d'effectif des meilleures options pour manager en réseau avec efficacité.



Slack fédère les équipes

— Slack permet de créer des groupes de travail orientés projet, d'échanger en temps réel via un tchat pour échanger et suivre l'avancement. Des chaînes de projets sont initiées pour chaque équipe et chaque mission à mener. Disponible sur tous les supports (PC, laptop, smartphone et tablette), une simple connexion web suffit ; Slack étant un outil conçu en mode SaaS.

Si Slack est de plus en plus adopté par nombre d'entreprises organisées en réseau, c'est en raison de ses bénéfices en termes d'utilisation. Il réussit à être à la fois un outil de communication simple de fonctionnement et une plateforme idéale pour développer la culture d'entreprise.

Trello, collaboratif et accessible par nature

— Trello est un outil de gestion de projet en ligne simple, intuitif et ergonomique à souhait. Il donne la possibilité de créer des Kanbans, ces étiquettes 2.0 conçues pour faciliter la visualisation de l'avancement de projets. L'organisation des tâches à effectuer est claire car axée sur l'aspect visuel via un système de planches.

— Le manager peut assigner des tâches à chaque partie prenante d'une opération marketing, commerciale ou de toute autre fonction clé dans une entreprise.

LES + DE TRELLO : son aspect convivial, son accessibilité au plus grand nombre et la possibilité de commenter et d'échanger en temps réel.



G Suite, l'incontournable solution de Google

— Travailler ensemble et en temps réel pourrait être le credo de G Suite. Une suite qui porte bien son nom puisque la solution embarque tout ce dont une équipe éloignée géographiquement a besoin pour collaborer efficacement : Docs, Slides, Sheets et le fameux Drive. Un tout-en-un pour éditer et partager tous types de documents et de fichiers mais aussi des présentations et des feuilles de calcul. Le suivi des modifications en temps réel est un autre point très fort de G Suite.

— G Suite fait également la part belle à la mobilité puisqu'il est conçu en SaaS. Sans oublier une fonction clé de G Suite : l'agenda partagé. Indispensable pour organiser des réunions, des rendez-vous d'affaires, des briefs entre équipes. Avec en prime la possibilité de recevoir des rappels via des notifications push sur son smartphone.



BONUS

Les outils en plus

Si Slack, G Suite et Trello remportent l'adhésion de nombreuses équipes, des solutions alternatives existent :

- **Doodle** est un agenda partagé qui concurrence sérieusement celui de Google
- **Framacalc** est un tableur en ligne gratuit, les feuilles de calcul peuvent être commentées et exportées en format HTML ou Excel
- **Planable** est orienté réseaux sociaux car l'outil permet de créer, planifier et diffuser des posts via la plateforme web
- **Ludus** est un outil de création de présentation : chaque membre d'une équipe peut créer des slides de son côté en se connectant à la plateforme web

4

Développer la cohésion d'équipe et créer du lien grâce aux séminaires et aux sessions de team building

Réunir les collaborateurs d'une entreprise lors de séminaires, d'incentives, de rencontres de fin d'année ou encore lors de sessions de team building est une formidable occasion de créer du lien entre les personnes et de développer la cohésion de groupe.



Des événements taillés sur-mesure avec les objectifs de l'entreprise

— **Le premier avantage des séminaires et des opérations de team buildings est qu'ils s'adaptent aux besoins et aux objectifs de management de l'entreprise.**

Ces événements peuvent en effet prendre différentes formes :

- le séminaire d'intégration pour accueillir les nouveaux collaborateurs
- le séminaire de formation pour monter en compétences et en savoir-faire
- le séminaire incentive pour challenger les troupes, récompenser les collaborateurs et développer le travail en équipe
- le séminaire de management pour améliorer les compétences managériales des équipes dirigeantes
- le séminaire de team building pour apprendre à travailler en équipe et à co-construire un projet sur un laps de temps donné

Les bénéfices des séminaires et des événements d'entreprise

— **L'organisation de sessions de team building, de séminaires et de tout autre événement d'entreprise génère des avantages considérables.**

La cohésion de groupe, la cohésion des équipes est favorisée à travers des ateliers de travail, des défis, des challenges mais aussi des activités sportives, culturelles ou encore artistiques.

La culture d'entreprise est grandement améliorée. Les séminaires permettent de fédérer les collaborateurs autour des valeurs de l'entreprise, autour d'un projet commun, autour d'une vision partagée et portée par tous. Une spécificité qui établit, renforce et développe alors la précieuse culture d'entreprise.

La communication interne est bonifiée. Les séminaires qui réunissent dans une unité de temps et de lieu des collaborateurs qui se connaissent peu ou ne se connaissent pas sont idéaux pour initier une belle qualité de communication en sortant du cadre classique de la « vie de bureau ».

Des liens forts sont créés entre les collaborateurs qui nouent d'excellentes relations, des relations pérennes entre collègues mais également avec les équipes managériales. Car lors de séminaires, les liens hiérarchiques tendent à s'estomper, ce qui établit un climat propice à l'instauration de relations interpersonnelles de qualité et solides.

Les séminaires sont de puissants vecteurs de valorisation de la force numéro 1 de toute organisation : ses collaborateurs. Il s'agit même du levier le plus efficace pour développer le capital humain de l'entreprise en gratifiant le travail en équipe.

La productivité générale est stimulée. En offrant aux équipes un moment de travail dans un cadre singulier, ou une occasion de se ressourcer, de se détendre et de se rencontrer, chacun a la possibilité de recharger les batteries au niveau physique, émotionnel et intellectuel. À la clé pour l'entreprise, une motivation des troupes au plus haut niveau et en bout de ligne une productivité des collabora-

INTERVIEW

Philippe Barel est coach, formateur en management, auteur-conférencier et CEO de L'Equipae, l'agence des bâtisseurs d'équipe. Spécialiste reconnu de l'accompagnement des équipes en entreprises, Philippe Barel partage dans cette interview son expérience sur l'apport des séminaires d'entreprise pour créer et tisser du lien entre les équipes.

L'apport des séminaires et des événements d'entreprise pour créer du lien entre les équipes

En quoi les séminaires et les événements d'entreprise participent-ils à créer du lien, à souder les équipes, à développer la cohésion ?

Philippe Barel : Les séminaires sont un moment privilégié dans la vie d'un groupe, moment qui peut être le facteur déclenchant pour passer d'un collectif à une véritable équipe. Le temps habituel de travail est modifié, les strates hiérarchiques sont moins marquées, on se parle plus librement et parfois les masques tombent. Les relations tendent vers plus d'authenticité, on laisse de côté (un peu ou beaucoup) les écrans ; la confiance s'installe davantage et avec elle la cohésion. Pour réussir ce genre d'évènement une planification s'impose bien en avance, au moins 3 mois, idéalement. Aussi, la communication en amont auprès des équipes est essentielle pour préciser l'objectif du séminaire – préalablement brainstormé et validé avec le prestataire – et créer l'engagement de tous : pour cela des entretiens individuels peuvent avoir lieu avec l'ensemble des participants pour un comité restreint, ou des personnes clés fédératrices et ayant des fonctions transverses pour des groupes conséquents.

Pourquoi ces événements sont-ils d'autant plus importants à organiser dans une logique d'entreprise fonctionnant en réseau ?

P.B. : Les émotions et les sentiments sont au cœur de la communication et de la qualité de relation. Or, nous n'éprouvons pas les mêmes ressentis quand nous échangeons par téléphone ou écran interposé par

rapport aux échanges présentiels. La présence physique des autres qu'implique un séminaire demeure alors essentielle pour les salariés géographiquement éloignés, afin de « remettre les pendules à l'heure » quant à la richesse des relations, percevoir ses collègues loin des jugements et des caricatures et tisser des liens plus durables et sincères.

Quelle est selon votre expérience la forme d'évènement la plus bénéfique pour créer du lien dans un réseau ?

P.B. : Je dirais que cela dépend du but poursuivi par le donneur d'ordre, des motivations et préférences des personnes présentes à l'évènement et de la culture d'entreprise. Quand tout cela s'aligne on peut parier sur une belle réussite. Quand les intérêts divergent, on s'assure en tant que prestataire et partenaire qu'il y ait ce fameux but commun que nous aidons à formaliser pour embarquer tout le monde. Cela pour dire qu'avant même le temps du séminaire, sa réussite est déjà amorcée par l'identification du besoin et la formulation de la demande, en mode coaching d'équipe. La préparation est capitale et une bonne partie de notre intervention est faite avant, tout en laissant la place nécessaire à l'imprévu, la spontanéité et la surprise, qui sont les meilleurs vecteurs d'apprentissage. La notion de jeu a donc une place de choix dans notre agence, sous réserve qu'il soit systématiquement débriefé et que des principes de fonctionnement collectif soient dégagés et transposables. Bien entendu la seule convivialité peut être

un but en soi et justifier l'organisation d'un évènement, dans ce cas les activités ludiques sont débriefées plus simplement.

Comment est-il judicieux de les organiser ? Selon quelle(s) approche(s) ?

P.B. : Chez L'Equipae nous avons formulé très tôt le désir d'accompagner nos clients dans la durée. De la même manière que l'on retient mieux un contenu en 8 x 15mn plutôt qu'en 1 x 2 h, le fait de suivre un groupe dans le temps, de le challenger sur ses objectifs et les moyens qu'il se donne permet d'ancrer de bons automatismes et favorise les changements voulus. Ce sont surtout les contraintes organisationnelles des entreprises qui dictent les possibilités : 4 jours continus sur l'année puis 2 jours à distance, 2 x 2 jours par an, 1 jour par trimestre, un atelier de 3 h par mois... Il n'y a pas de règle sur la rythmicité. Le lien est souvent gardé avec l'entreprise car d'autres formats s'opèrent dans le temps (formations, conférences), qui sont des occasions supplémentaires de suivre l'évolution des individus et des équipes. Actuellement nous avons un certain succès sur des formats courts d'une demi-journée à thème, mêlant conférence puis atelier pratique, avec échanges en petits groupes puis synthèse en plénière. L'entreprise communique le planning de ces conférences-ateliers aux équipes pour l'année. Nous laissons le choix du lieu à l'entreprise, même si nous pouvons avoir un rôle de conseil, mais une chose est sûre : toutes les équipes ont pour credo la sortie de l'ordinaire !

Conclusion

Parvenir à créer du lien entre les équipes

dans une logique de management en réseau est affaire d'identification des enjeux et des défis, de mise en place de bonnes pratiques et d'utilisation d'outils collaboratifs performants et avantageux pour tous. Mais rien de tel que de réunir physiquement ses équipes afin d'atteindre les objectifs de management, établir un vrai lien de communication, souder les équipes, développer la culture d'entreprise pour in fine booster la performance individuelle et collective. C'est dans cette optique que les séminaires, les sessions de team building, les incentives et autres événements d'entreprise s'imposent dans les structures organisées en réseau dans lesquelles les équipes sont distantes géographiquement. Tout au long de l'année, différents formats de réunion des équipes sont à envisager : des formats concis en régions et des plus grands formats résidentiels à l'échelon national et international. Le lieu qui accueille l'événement influence grandement sa réussite, aussi en choisir dédiés aux événements BtoB est garant du succès de l'opération.

Châteauform' se fait fort de vous offrir

un choix des plus larges en lieux d'organisation de séminaires et d'événements d'entreprise. Des lieux dans lesquels la convivialité, la détente mais aussi la qualité de travail sont réunies. En France comme à l'étranger, les maisons du groupe Châteauform' s'adaptent à vos projets : des séminaires « au vert », des journées de travail au cœur des villes, des réunions pour les équipes nombreuses en version campus ou encore des lieux prestigieux pour des événements d'envergure, en réseau.

